

喫茶あきし乃様
ブランドアイデンティティ
リニューアル案



コンセプト

“心とからだを豊かにする喫茶店”

健康志向のランチや自家製ドリンクなどのからだに優しいメニューを提供し、
落ち着きと安心感のある空間で心身ともにリラックスできる場



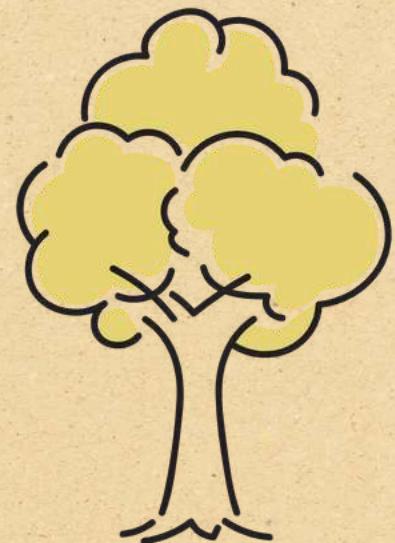
市場調査 1

「文化と緑」の守山区

- ・小幡緑地、八竜緑地、白沢渓谷など、豊かな水と緑あふれる自然
- ・緑被率は名古屋市全16区中 第1位
(名古屋市守山区役所「守山区将来ビジョン」.令和2年5月)

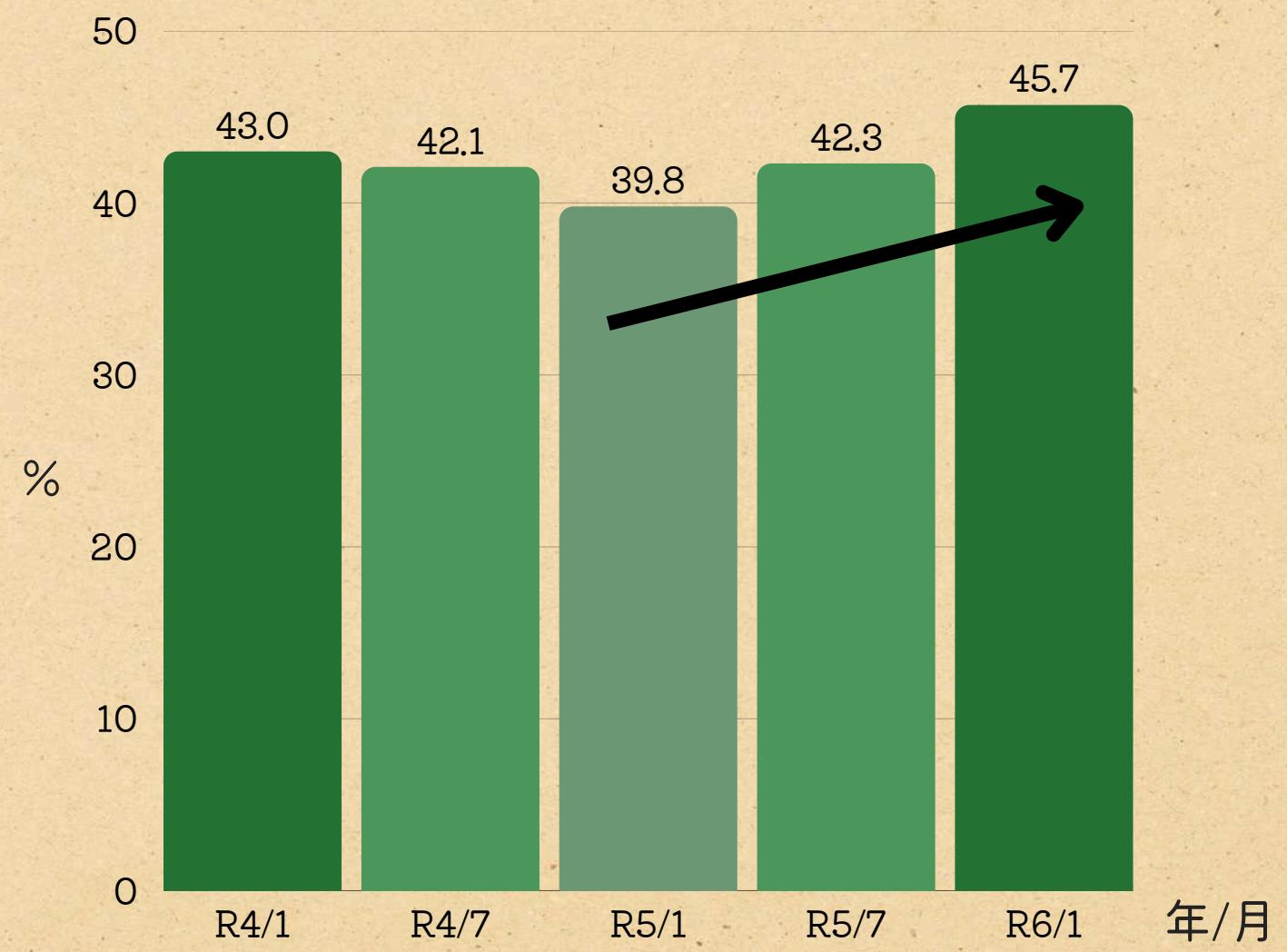
健康志向の高まり

食に関する志向は「健康志向」が最も高い



(N=2,000)

株式会社日本政策金融公庫
「消費者動向調査(令和6年1月調査)」



市場調査2



(N=1,477)

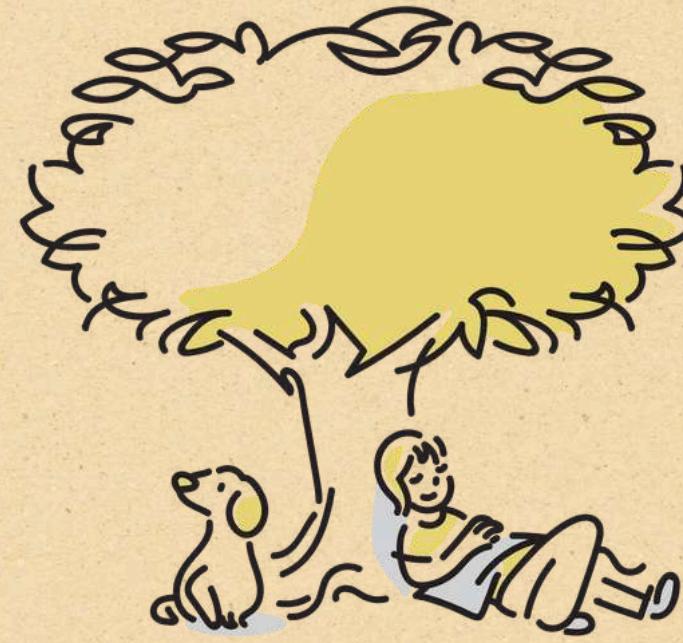
ターゲット



都会の喧騒から離れ



ゆっくりと落ち着いて過ごしたい方



地域住民



健康志向がある方や興味・関心がある方



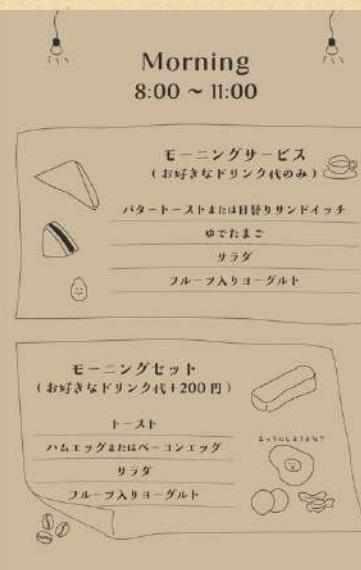
デザイン

“ナチュラル感×親近感”



喫茶あきし乃

ロゴマーク



メニュー



ショップカード



名刺

デザイン -ロゴマーク-

シンボルマーク



コーヒ豆の中に「乃」

とめ・はねが強めな字体
喫茶店らしい渋い印象



字体を少し柔らかく
喫茶店のレトロさ×
モダンな雰囲気



「乃」×カップのシルエット

湯気の部分：「アキシ」
→全部合わせて「あきし乃」

ロゴタイプ

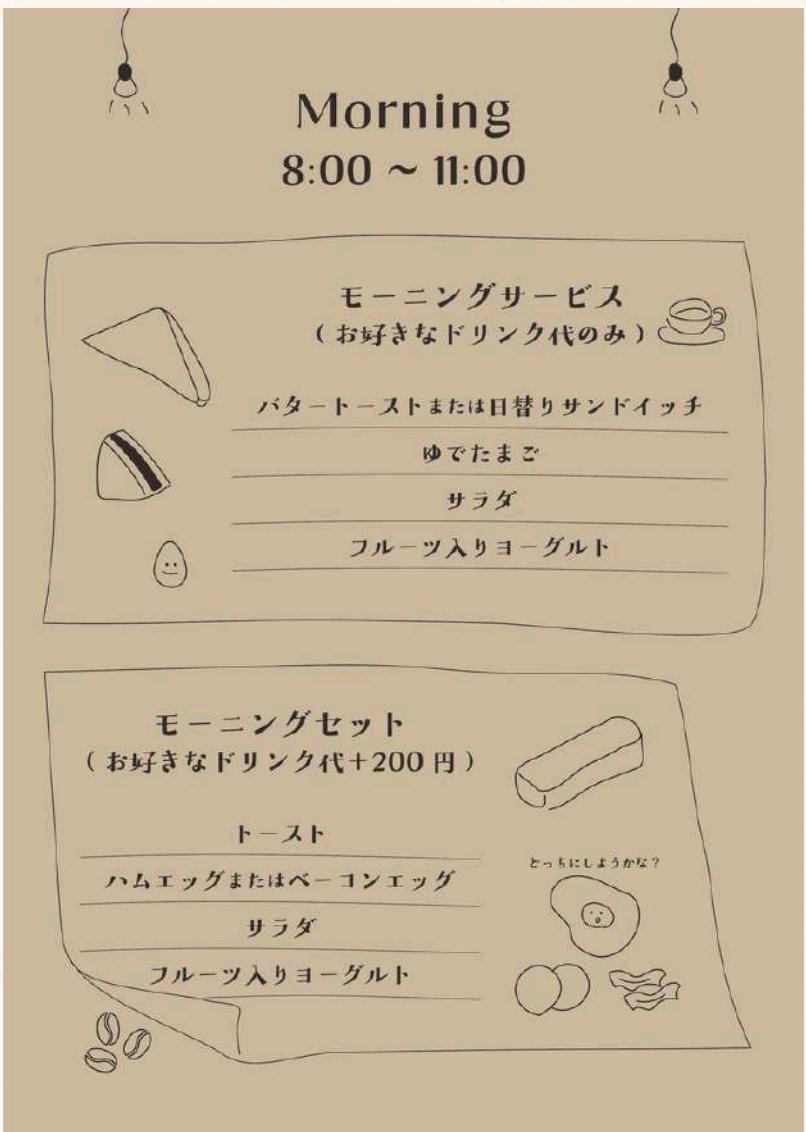
喫茶あきし乃

フォント
「Sic竹ひっき Regular」

フォント：Sic竹ひっき
読みやすさと抜け感の
バランス

デザイン -メニュー-

モーニングメニュー



(A4サイズ片面)

メニュー

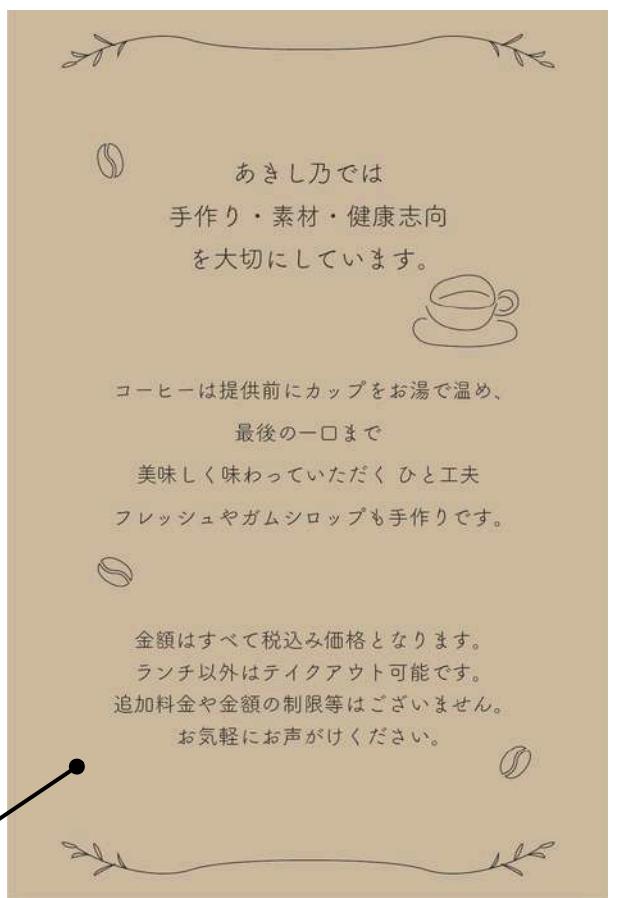


(はがきサイズ両面刷り 6ページ)

- ・手書きのイラストで柔らかい雰囲気に
- ・モーニングは高齢の方の利用が多い
→文字サイズを大きめにし読みやすく
- ・手書きのイラスト + 写真
- ・差し替え可能な仕様
- ・手作り・健康志向をアピール
(管理栄養士視点)



おすすめマーク



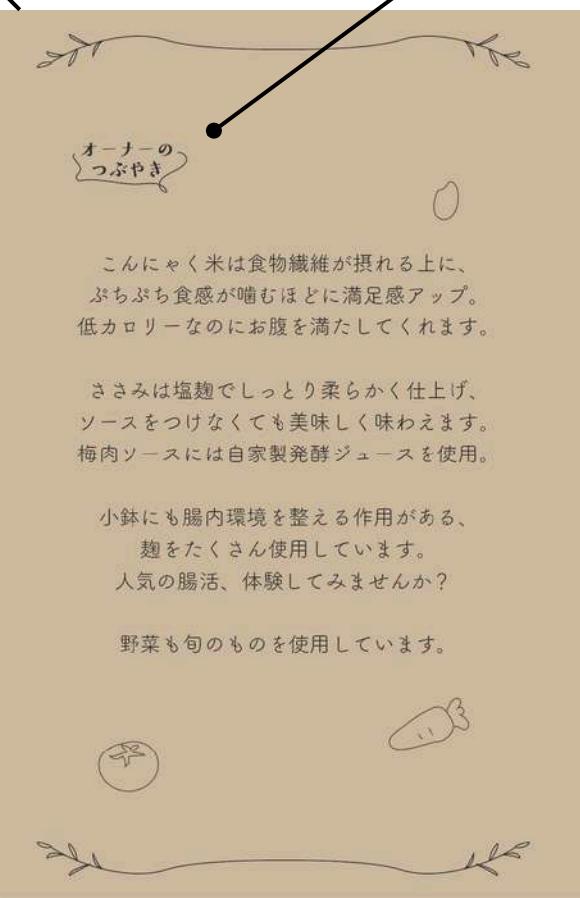
月替わりコーヒーの詳細・コーヒーさくら様ご紹介



週替わりランチの詳細



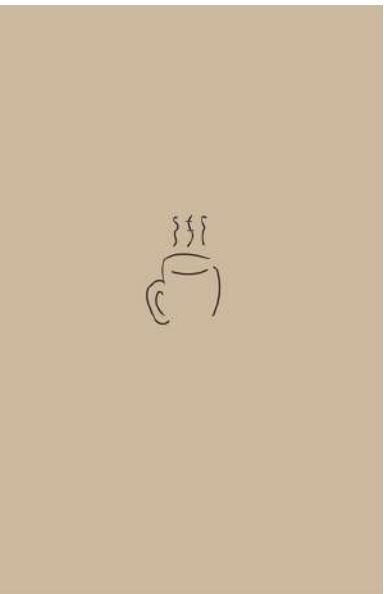
オーナーのつぶやき コーナー



- ・あきし乃様の手作り・健康志向
- ・注意書き



健康・手作りを意識したドリンクのアピール



厳選したこだわり素材のアピール

デザイン -ショップカード・名刺-

ショップカード

オモテ



ウラ



楕円形カード

インパクトUP。一般的なショップカードとの差別化

★マーケティング戦略ポイント
手に取ってもらう機会が増える

- ・未来店の方→強い印象を残し、お店の魅力や情報を伝える
- ・来店済の方→リピート来店に繋げる



コーヒーさくら様
お取引先のショップカード一覧

名刺

オモテ



ウラ



・"名刺"らしいシンプルさ×柔らかい雰囲気

・両面共通で余白感

・あしらい：
守山区の自然豊かなイメージを表した葉っぱ×曲線

・カラー：マリーゴールドオレンジ／オリーブグリーン

THANK YOU!

ありがとうございました